

# MEDIA PROMOSI DRAMATARI TEKTEKAN CALONARANG DI PURI ANYAR KERAMBITAN TABANAN

*by* Nova Agung

---

**Submission date:** 27-Aug-2019 10:25PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1164030217

**File name:** Artikel\_Dramatari\_Tektekan\_Calonarang\_Nova\_270819.docx (3.24M)

**Word count:** 5299

**Character count:** 35187

## **MEDIA PROMOSI DRAMATARI TEKTEKAN CALONARANG DI PURI ANYAR KERAMBITAN TABANAN**

Nova Agung Rama Wijaya<sup>1</sup>, Hendra Santosa<sup>2</sup>, A.A. Gde Bagus Udayana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Seni, Program Magister

<sup>2</sup>Program Studi Seni Karawitan

<sup>3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>hendrasnts@gmail.com

Penciptaan ini bertujuan untuk membuat media promosi bagi Dramatari Tektakan Calonarang di Puri Anyar Kerambitan. Saat ini Puri Anyar Kerambitan belum mempunyai media promosi yang baik untuk memperkenalkan Puri Anyar Kerambitan kepada masyarakat secara luas. Untuk itu solusi mengatasi masalah yang dihadapi Puri Anyar Desa Baturiti Kerambitan Tabanan adalah membuat media komunikasi visual yang bersifat informatif, komunikatif dan estetik. Peranan Desain Komunikasi Visual dalam kasus bertujuan untuk promosi pementasan dramatari Tektakan Calonarang di Puri Anyar Desa Baturiti Kerambitan Tabanan kepada masyarakat luas baik lokal, nasional maupun internasional. Untuk menciptakan karya Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatarai *Tektakan Calonarang* Di Puri Anyar Kerambitan Tabanan, terdapat dua pokok rumusan ide penciptaan meliputi, (1) Bagaimana proses penciptaan Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektakan Calonarang* ?, (2) Bagaimana bentuk Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektakan Calonarang* ? Teori yang digunakan untuk mendukung karya teori Desain Komunikasi Visual, Teori Estetika, dan Teori Semiotika. Metode penciptaan yang dilakukan adalah mengeksplorasi Tektakan Calonarang, menerapkan teori desain, estetika, dan semiotika serta unsur-unsur visual ke dalam proses penciptaan, serta melalui tahapan-tahapan penciptaan desain komunikasi visual. Membentuk wujud Desain Komunikasi Visual promosi berupa website, poster, billboard, t-shirt, katalog, instagram dan video promosi.

Kata Kunci: Tektakan Calonarang, Desain Komunikasi Visual, promosi, pariwisata.

### ***Calonarang Tektakan Dramatari Promotion Media In Puri Anyar Kerambitan Tabanan***

*This creation aims to create a promotional media for Dramatari Tektakan Calonarang in Puri Anyar Kerambitan. At present Puri Anyar Kerambitan does not yet have a good promotional media to introduce Puri Anyar Kerambitan to the public at large. For this reason, the solution to overcome the problems faced by Puri Anyar, Baturiti Village, Kerambitan Tabanan is to create a visual communication media that is informative, communicative and aesthetic. The role of Visual Communication Design in the case aims to promote the performance of Calonarang Tektakan drama in Puri Anyar, Baturiti Village, Kerambitan Tabanan to the wider community, both locally, nationally and internationally. To create Visual Communication Design work for the promotion of Calonarang Tektakan Dramatara In Puri Anyar Kerambitan Tabanan, there are two main ideas for the creation of ideas including, (1) What is the process of creating Visual Communication Design for Calonarang Tektakan Dramatari Promotion?, (2) What is the form of Visual Communication Design for Promotion of Candidate Dramatari Tektakan? The theory used to support the work of Visual Communication Design theory, Aesthetic Theory, and Semiotics Theory. The creation method used is exploring the Calonarang Tektakan, applying design theory, aesthetics, and semiotics as well as visual elements into the creation process, as well as through the stages of creating visual communication designs. Forming a form of promotional Visual Communication Design in the form of websites, posters, billboards, t-shirts, catalogs, Instagram and promotional videos.*

*Keyword: Tektakan Calonarang, Visual Communication Design, promotion, tourism.*

## PENDAHULUAN

Saat ini seni pertunjukan dalam konteks ekonomi pariwisata tampak paling pesat perkembangannya. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya ragam seni pertunjukan dalam konteks pariwisata berkembang di Bali. Seni - seni pertunjukan itu sering disajikan untuk memeriahkan acara *dinner* ataupun acara - acara penting lainnya terkait dengan industri pariwisata Bali. Beberapa jenis seni pertunjukan dalam konteks pariwisata yang berkembang di Bali, antara lain adalah *Cak and Fire Dance*, *Legong Dance*, *Frog Dance*, *Fire Dance*, *Ramayana Ballet*, *Jegog Dance*, *Joged Bumbung Dance*, *Dramatari Tektakan Calonarang*, dan lain-lainnya. Tiap-tiap seni pertunjukan itu memiliki ciri khas dan keunikan sendiri.

Dari sekian banyak seni pertunjukan pariwisata yang berkembang di Bali Dramatari *Tektakan Calonarang* salah satu pilihan menarik. Dramatari tersebut sangat unik karena diiringi *gamelan tektekan*, sebuah jenis iringan musik *gamelan tradisional Bali* terbuat dari bambu berukuran kecil yang dimainkan dengan cara dipukul secara bergantian dengan dinamika dan tempo bervariasi. *Gamelan Tektakan* tersebut satu-satunya sebagai iringan Dramatari *Tektakan Calonarang* yang ada di Desa Baturiti, Kerambitan Tabanan. Dramatari tersebut juga sangat khas dilihat dari gerak tari, kostum, struktur pertunjukan dan menampilkan barong dan rangda sakral sebagai klimaks dari pertunjukannya. Selain itu *Tektakan Calonarang* menggambarkan cerita tentang *rhwa bhineda*, yaitu tentang kebaikan dan keburukan. Dalam Dramatari *Tektakan Calonarang* Mpu Baradah berubah wujud menjadi Barong sebagai simbol kebaikan dan Walunateng Dirah berubah wujud menjadi Rangda sebagai simbol keburukan.

Demikian pula yang dimiliki oleh masyarakat Baturiti. Hal ini sangat memengaruhi kehidupan sosial budaya desa tersebut. Secara keseluruhan dapat disebutkan bahwa *Tektakan Calonarang* telah membawa dampak terhadap perubahan pada segi kehidupan masyarakat setempat, yaitu *Tektakan Calonarang* yang menampilkan barong dan rangda untuk pariwisata. Berkembangnya *Tektakan Calonarang*, khususnya dampak positif

dalam peningkatan beberapa aspek kehidupan ekonomi yang dapat dilihat dari munculnya berbagai peluang ekonomi yang dapat dinikmati oleh kelompok-kelompok masyarakat pelaku pertunjukan. Kelompok yang dimaksud adalah seperti kelompok biro perjalanan wisata (BPW), kelompok kerja masyarakat (perajin perak), kelompok kesenian tradisional, kelompok pedagang kecil yang ada di desa setempat yang berimplikasi terhadap meningkatnya pendapatan atau penghasilan kelompok-kelompok masyarakat atas berkembangnya *Tektakan Calonarang* yang menampilkan untuk pariwisata di Desa Baturiti.

Di antara sekian banyak bentuk kesenian *balih-balihan* yang ada, maka *tektekan calonarang* tampak menjadi bentuk kesenian yang berpotensi dan digemari oleh masyarakat, khususnya orang dewasa. Hal itu terbukti dari banjar-banjar yang ada di Desa Baturiti mengajarkan *tektekan calonarang*. Pertunjukan *tektekan calonarang* yang juga menjadi bentuk kesenian yang mampu memberikan nilai tambah di bidang ekonomi terhadap masyarakat Baturiti, terutama anggota masyarakat yang menggeluti seni.

Hal ini menjadikan Desa Baturiti sangat dikenal, baik oleh para wisatawan asing maupun domestik dengan keramahtamahan dan sopan santun masyarakatnya. Desa Baturiti merupakan desa yang pertama kali membentuk *tektekan calonarang* untuk pariwisata yang diprakarsai oleh Anak Agung Ngurah Oka Silagunadha dari Puri Anyar Kerambitan Tabanan pada tahun 1970. Keberadaan Puri Anyar Kerambitan, Tabanan mampu memotivasi masyarakat Desa Baturiti mencintai dan mempelajari kesenian Bali, khususnya *tektekan calonarang*.

*Tektakan Calonarang* yang ada di Puri Anyar Kerambitan muncul pada 4 Juli 1967, sejak puri tersebut mulai membuka diri sebagai objek pariwisata puri. *Tektakan calonarang* ini muncul atas gagasan Anak Agung Oka Silagunada dengan tema pertunjukan "prosesi ritual penyambutan tamu kerajaan". Gagasan itu muncul bermula dari keinginan Anak Agung Oka Silagunada sebagai tetua puri untuk mempertahankan hubungan patron - klien antara puri dan masyarakat di sekitarnya.

Anak Agung Oka Silagunada pun berupaya untuk mengembangkan puri sebagai tempat kunjungan pariwisata agar dapat memberikan lapangan kerja bagi masyarakat di sekitarnya, baik dalam bidang seni maupun dalam bidang lainnya.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Anak Agung Oka Silagunada dari Puri Anyar Kerambitan sangat menginginkan para pelaku pariwisata mempromosikan purinya sebagai daerah tujuan wisata yang unik. Artinya tidak saja menampilkan arsitektur tradisional, tetapi juga menampilkan makanan tradisional yang khas dengan segala kegiatan seni budaya masyarakat tradisional. Wisatawan yang datang berkunjung ke puri akan disambut dan dijamu oleh Anak Agung Oka Silagunada (Raja Puri Anyar Kerambitan) dengan prosesi ritual penyambutan tamu kerajaan sebagaimana tradisi di puri yang dilengkapi berbagai sajian seni pertunjukan salah satunya sebagai pementasan pamungkas adalah *Tektekan Calonarang*.

*Tektekan Calonarang* merupakan suatu bentuk pertunjukan yang wujudnya dapat dilihat oleh indra pengelihatan yang terdiri atas beberapa unsur atau aspek. Djelantik (2004:7--15) menyatakan bahwa semua benda atau peristiwa mengandung tiga aspek dasar yaitu (1) wujud atau rupa, (2) bobot atau isi, dan (3) penampilan. Wujud atau rupa terdiri atas bentuk atau unsur yang mendasar dan susunan atau struktur. Bobot atau isi benda atau peristiwa kesenian tidak saja dilihat, tetapi juga bisa dirasakan atau dihayati sebagai makna dari wujud kesenian itu. Bobot mempunyai tiga aspek, yaitu suasana, gagasan, dan ibarat atau kesan. Penampilan atau penyajian mempunyai tiga unsur yaitu bakat, keterampilan, dan sarana atau media.

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, diketahui bahwa wujud penampilan *Tektekan Calonarang* di Desa Baturiti, Kerambitan Tabanan berbentuk drama tari dengan menggunakan lakon/cerita semi sejarah yaitu *Calonarang* yang berjudul Ni Diah Ratna Mengali. Adapun intisari ceritanya sebagai berikut :

Dikisahkan tentang Prabu Erlangga dari kerajaan Kediri akan melamar seorang putri yang sangat cantik bernama Ni Diah Ratna Mengali anak Walu Nateng Dirah dari kerajaan Dirah yang sakti

mandraguna. Pada suatu malam Walu Nateng Dirah menyuruh abadinya untuk mempersembahkan makanan yang sudah diberikan racun kepada Prabu Erlangga. Prabu Erlangga mengetahui bahwa dirinya disajikan makanan yang berisi racun sehingga abdi tersebut disuruh mengembalikan makanan kepada Walu Nateng Dirah. Prabu Erlangga menyuruh Patih Madri untuk mengembalikan Ni Diah Ratna Mengali karena ibunya Walu Nateng Dirah diketahui sangat jahat dengan ilmu hitamnya. Mendengar berita ini Walu Nateng Dirah menjadi sangat marah kemudian menggunakan ilmu hitam menyebarkan wabah penyakit di kerajaan Kediri. Akhirnya Prabu Erlangga mengetahui bahwa wabah itu disebabkan oleh Walu Nateng Dirah sehingga terjadi pertempuran antara kerajaan Kediri dan kerajaan Dirah.

Keunggulan puri Anyar Kerambitan yang perlu dipromosikan adalah keberadaan puri dan pertunjukan "prosesi penyambutan tamu kerajaan". Hal ini dilakukan karena mempertimbangkan potensi yang dimiliki masyarakat setempat, misalnya keterampilan masyarakat membuat makanan tradisional, membuat jajan tradisional, membuat gebogan dan sebagainya. Berdasarkan potensi tersebut, Anak Agung Oka Silagunada memilih tema pertunjukan "prosesi penyambutan tamu kerajaan".

Pertunjukan yang bertema "prosesi penyambutan tamu kerajaan" ini, puri Anyar Kerambitan pun tidak membuat *stage* khusus. Berbagai komponen pertunjukan yang ditampilkan ini digelar di depan puri, di halaman depan puri, dan di halaman tengah puri. Khusus untuk *Tektekan Calonarang* di pentaskan di halaman *jaba sisi* dari puri Anyar Kerambitan, Tabanan.

Agar *tektekan calonarang* lebih dikenal oleh masyarakat luas dan pengusaha pariwisata maka dari pada itu diperlukan media komunikasi visual untuk lebih memperkenalkan dramaturgi *Tektekan Calonarang* ditingkat lokal, nasional dan internasional. Potensi dari desain komunikasi visual sebagai media promosi disini adalah merupakan sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk budaya maupun jasa dalam kegiatan promosi. Penggunaan dan perencanaan media

komunikasi visual yang baik diyakini sebagai salah satu langkah untuk mendapatkan tujuan dari promosi tersebut. Akan tetapi, setiap media komunikasi visual dalam kondisi tertentu memiliki peranan dan fungsi yang berbeda seperti halnya dalam strategi promosi untuk pariwisata oleh karena itu perlu adanya perencanaan baik secara konseptual maupun visual dalam setiap desain media. Hal ini dikarenakan kurangnya media promosi yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan sebagai pengayom dramatari *tektekan calonarang*. Media promosi yang hanya dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan sendiri hanya sebatas baliho, karena desain baliho tersebut belum dirancang dengan baik sehingga belum sesuai dengan kriteria desain komunikasi.

Desain sebagai proses penciptaan objek baru, berarti hasil akhir sebuah proses kreatif baik dalam wujud rencana, proposal, atau karya desain sebagai objek nyata. Sebagai aktivitas reka letak atau perancangan, desain dikerjakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan benda-benda fungsional yang estetis. Proses kreasi desain yang baik mencakup studi pendahuluan; profil pasar dan segmen konsumen; alternatif desain; uji coba; dan standar prosedur produksi. Penciptaan desain bisa atas dasar pesanan pihak tertentu, dan bisa pula berupa ciptaan pendesain yang ditawarkan kepada masyarakat yang menjadi segmen pasar. Pada tahap studi pendahuluan pendesain mengkaji tren produk sejenis, aspek bahan baku, teknik dan proses kreasi, susunan rupa, gaya, fungsi, harga, dari jenis desain yang akan diciptakan.

Penciptaan alternatif desain pada umumnya mempertimbangkan faktor kebutuhan fungsional, faktor estetis, faktor lingkungan, faktor kenyamanan dan keamanan masyarakat pengguna desain, baik dalam arti fisik maupun mental. Sedangkan uji coba merupakan upaya mendeteksi sejauh mana alternatif desain awal telah memenuhi kriteria standar desain. Dalam proses kreasi seorang pendesain biasanya memerlukan pengetahuan dasar tentang keselarasan, kesebandingan, irama, keseimbangan, dan penekanan.

Keselarasan dalam suatu desain adalah keteraturan tatanan di antara bagian-bagian desain, yaitu susunan yang seimbang, menjadi satu kesatuan yang

padu dan utuh, masing-masing saling mengisi sehingga mencapai kualitas yang disebut harmoni. Faktor keselarasan merupakan hal utama dan penting dalam penciptaan sebuah karya desain.

Kesebandingan merupakan perbandingan antar satu bagian dengan bagian lain, atau antara bagian-bagian dengan unsur keseluruhan secara visual memberikan efek menyenangkan. Artinya, tidak timpang atau janggal baik dari segi bentuk maupun warna.

Irama dalam pengertian visual dapat dirasakan karena ada faktor pengulangan di atas bidang atau dalam ruang, yang menyebabkan timbulnya efek optik seperti gerakan, getaran, atau perpindahan dari unsur yang satu ke unsur yang lain. Faktor irama ini kerap kali memandu mata kita mengikuti arah gerakan dalam karya desain.

Keseimbangan dalam penciptaan desain adalah upaya penciptaan karya yang memiliki daya tarik visual. Keseimbangan pada unsur dan bagian desain, maupun pada keindahan dan fungsi desain. Keseimbangan dapat memberikan efek formal (simetri), informal (asimetri), atau efek statik (piramid) dan dinamik (bola) efek memusat, memencar, dan lain sebagainya. Jadi faktor keseimbangan bertalian dengan penempatan unsur visual, keterpaduan unsur, ukuran, atau kehadiran unsur pada keluasan bidang ruang terjaga bila struktur rupa serasi dan sepadan, dengan kata lain bobot tatanan rupa memberi kesan mantap dan kukuh.

Penekanan dalam merealisasi gagasan desain, adalah penentuan faktor utama yang ditonjolkan karena kepentingannya. Ada faktor pendukung gagasan yang penyajiannya tidak perlu mengundang perhatian meski kehadirannya dalam keseluruhan desain tetap penting. Prinsip penekanan dapat dilakukan dengan distorsi ukuran, bentuk, irama, arah, warna kontras, dan lain-lain. Hal inilah yang diterapkan dalam Desain Komunikasi Visual dalam kasus adalah untuk promosi dramatari *tektekan calonarang* di Puri Anyar Kerambitan Tabanan.

## METODE PENCIPTAAN

Tahap penciptaan Media Promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* Di Puri Anyar Kerambitan Tabanan akan dijabarkan sebagai berikut. Pertama eksplorasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data, identifikasi masalah, dan pembentukan rencana dalam penyelesaian masalah terkait penciptaan promosi dramatari *tektekan calonarang*. Dalam penciptaan karya promosi dramatari *tektekan calonarang*, pencipta menggunakan metode observasi. Menurut Supardi (2006:88) metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi dilakukan menurut prosedur dan aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali, hasil observasi dapat ditafsirkan secara ilmiah. Untuk penciptaan promosi dramatari *tektekan calonarang*, pencipta melakukan observasi di Puri Anyar Kerambitan Tabanan.

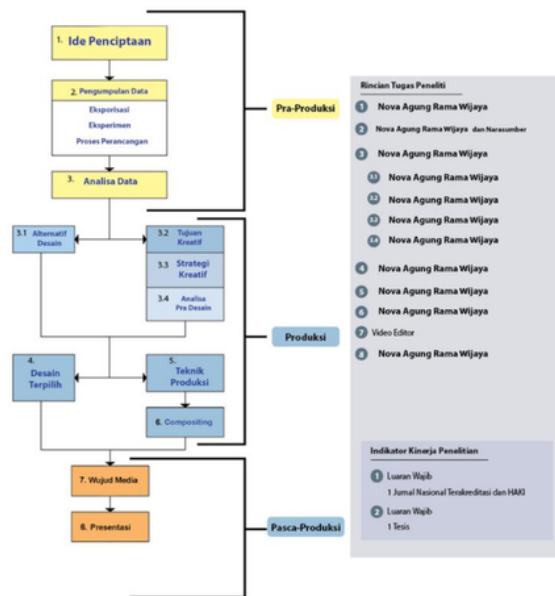
Metode dokumentasi dapat diartikan sebagai cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, berupa catatan transkrip, buku surat kabar dan lain sebagainya (Margono, 1997:187). Data berupa dokumentasi diperoleh dari berbagai dokumen yang berisi tentang promosi Dramatari *Tektekan Calonarang*.

Metode wawancara sebagai teknik pengumpulan data pada saat peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Sugiyono, 2011:137). Wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber. Pencipta melakukan wawancara kepada sepeuh Puri Anyar Kerambitan Tabanan pada 15 April 2014 untuk mendapatkan informasi tentang Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* Di Puri Anyar Kerambitan Tabanan

Kedua improvisasi (produksi) adalah tahap pengembangan visual dengan menciptakan beberapa gambar yang berhubungan dengan promosi dramatari *tektekan calonarang*. Dalam penciptaan promosi dramatari *tektekan calonarang* ini improvisasi sama dengan proses produksi, yaitu menciptakan ilustrasi *tektekan calonarang*, menentukan warna, font, tipografi dan *layout*.

Dalam tahapan ini proses yang dilakukan adalah membuat *alternatife* desain yang dibuat pada dua desain yang nantinya dijadikan sebagai desain terpilih.

Ketiga pembentukan (pascaproduksi) merupakan tahap akhir dalam penciptaan desain komunikasi visual untuk promosi dramatari *tektekan calonarang* di puri Anyar kerambitan tabanan ini, yaitu proses media cetak yang selanjutnya adalah mempromosikan kepada wisatawan luas agar mengetahui lebih jelas tentang produk yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan Tabanan dengan menampilkan media promosi dramatari *tektekan calonarang* yang berupa *website*, poster, *instagram*, katalog, *billboard*, video promosi dan *t-shirt*.



Gambar 1. Bagan Penciptaan  
Sumber. Dok, Pribadi Nova Agung 2019

Hasil dari penciptaan karya telah dikonsepsikan dan didesain, dideskripsikan dari segi fisik, serta konten desain yang dikomunikasikan melalui penyajian visual, didasari oleh segmentasi pasar yang telah diterapkan sebelumnya, sehingga desain yang dihasilkan sesuai dengan target yang menjadi sasaran utama. Desain-desain yang dirancang dikerjakan dengan memperhatikan estetika, serta unsur-unsur

desain yang disusun berdasarkan prinsip-prinsip desain. Hasil penciptaan karya adalah *website*, *instagram*, *t-shirt*, poster, *billboard*, video promosi, katalog karya. Penjelasan dan deskripsi karya adalah sebagai berikut.

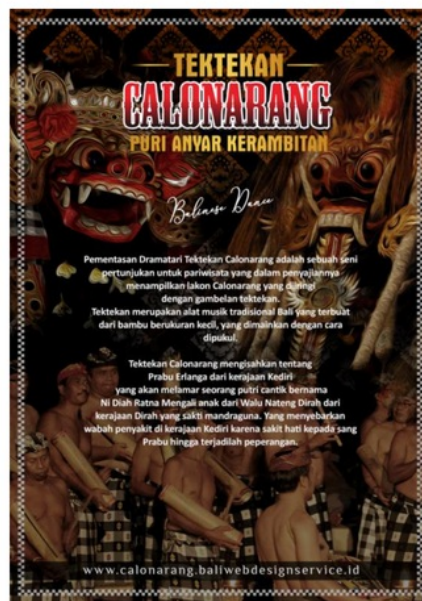


Gambar 2. Halaman depan *website*  
Sumber: Dok.Pribadi, 2019

### Deskripsi Karya Website

Perancangan media promosi *website* dramatari *tektekan calonarang*, merupakan salah satu media promosi digital yang dapat diakses melalui jaringan internet. *Website* yang dirancang adalah *website* yang berisikan materi dengan informasi yang detail dan lengkap mengenai sejarah, dramatari tektekan calonarang, kontak, galeri, promosi, event dan link media sosial seperti *instagram*. *Website* dirancang dalam format *multipage website*, karena banyak informasi yang akan dimuat didalam *website*. Konten utama dari *website* adalah atraksi wisata khas kerambitan yaitu dramatari tektekan calonarang. Ilustrasi yang ditampilkan pada halaman utama pada *website* adalah dibagi menjadi

beberapa struktur *website*. Pada bagian utama terdapat ilustrasi gambar berupa foto atraksi wisata tentang tektekan calonarang dengan posisi ditengah-tengah. Lalu dilanjutkan bagian bawah kontak terdapat bagian menu yang masing- masing dapat diakses, ada bagian *banner* berupa gambar ukuran landspace yang nantinya gambar pada *banner* dapat berganti-ganti. Tipografi yang digunakan pada aplikasi ini adalah jenis tipografi serif, dengan jenis font "Aurora" dan "Arial" Tipografi ini digunakan pada keterangan bagian judul *tektekan calonarang* yang ada pada *website*. Tujuan dari menggunakan tipografi ini adalah agar tipografi yang digunakan tampilan kokoh dan kuat. Pada halaman depan *website*, teks yang ditampilkan berisi informasi mengenai atraksi wisata yang khas Kerambitan yaitu pementasan dramatari tektekan calonarang. Teks dibuat dengan format bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dengan tujuan dapat menjangkau *target audiens* wisatawan domestik maupun mancan<sup>12</sup>egara menjadikan strategi promosi lebih luas. Warna yang digunakan pada *website* adalah dominan menggunakan warna hitam dan abu-abu pada bagian menu *website*, lalu warna putih pada bagian background *website*. Warna tersebut digunakan dengan tujuan agar menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan tentang dramatari *tektekan calonarang*.



Gambar 3. Desain Poster *Tektekan Calonarang*

Sumber: Dok. Pribadi, 2019

## Deskripsi Karya Poster

Poster adalah gambar pada selembar kertas berukuran besar yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu (Kusrianto, 2009: 338). Poster promosi dramatari *tektekan calonarang* dapat dipasang di tempat-tempat wisata yang ramai oleh kunjungan wisatawan domestic maupun mananegara dan media sosial. Pada poster media promosi dramatari *tektekan calonarang*, dibuat dengan bidang berbentuk persegi panjang dengan posisi portrait, dengan ruang yang cukup untuk menampilkan informasi yang menarik dan jelas. Ilustrasi yang ditampilkan pada desain poster adalah ilustrasi berupa foto yang diolah melalui digital. Pada bagian *background* terdapat ilustrasi berupa ornamen yang dijadikan sebagai ilustrasi pendukung, lalu sebelah kanan, kiri dan bawah pada desain *poster* menampilkan foto barang serta sekaa tektekan yang dibuat dengan serangkaian komposisi dengan ukuran yang diatur lebih menarik, agar ilustrasi yang ditampilkan dengan menggunakan foto terlihat lebih jelas. Tipografi yang digunakan adalah jenis tipografi serif, dengan jenis font “Aurora” dan “Arial” memberikan kesan kokoh dan kuat. Tipografi yang digunakan pada media promosi poster dramatari *tektekan calonarang* diharapkan mampu menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan. Teks yang ditampilkan pada bagian pertama adalah pengertian tentang dramatari *tektekan calonarang* dan teks kedua merupakan informasi mengenai sejarah *tektekan calonarang*, yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang dramatari *tektekan calonarang*. Secara keseluruhan warna yang digunakan adalah warna merah, kuning dan hitam. Pemilihan warna tersebut karena warna merah mengandung arti kuat, enerjik, marah, berani, sedangkan warna kuning mengandung arti tenang, gembira, kemewahan, ramah, dan hitam mengandung arti magis. Jadi berdasarkan penjelasan arti warna merah, kuning dan hitam dikaitkan dengan warna dalam desain *poster* mempunyai makna bahwa Puri Anyar Kerambitan sangat enerjik, gembira, kemewahan dan magis.

Enerjik dalam hal selalu mengikuti jaman, gembira selalu menerima dengan hati terbuka setiap orang yang datang, dan magis mempunyai arti bahwa tektekan calonarang itu mengandung hal-hal magis.



Gambar 4 Desain Mockup T-Shirt Tektakan Calonarang  
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

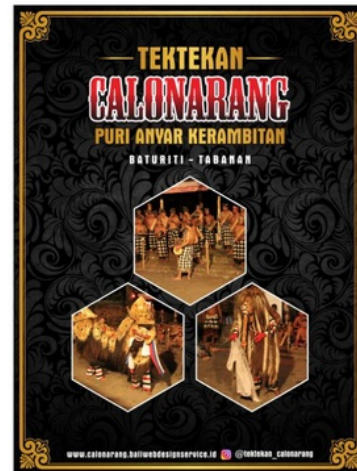
## Deskripsi Karya T-shirt

*T-shirt* pada dasarnya adalah pakian sehari-hari yang digunakan oleh setiap manusia. Seiring perkembangannya jaman *t-shirt* mengalami perubahan besar yang menjadikan *t-shirt* sebagai salah satu media untuk promosi. *T-shirt* digolongkan menjadi dua model yang terletak pada kerah yaitu berbentuk O dan V. Bentuk *t-shirt* pentasan dramatari tektekan calonarang, dibuat dengan bidang berbentuk persegi panjang, dengan ruang yang cukup untuk menampilkan gambar yang menarik dan jelas. Ilustrasi yang ditampilkan pada *t-shirt* adalah ilustrasi gambar berupa foto barang, rangda dan sekaa *tektekan*. Ilustrasi yang ditampilkan pada bagian belakang *t-shirt* menggambarkan barang dan rangda yang akan saling beradu kekuatan. Tipografi yang digunakan adalah jenis tipografi serif, dengan jenis font “Aurora” memberikan kesan kokoh dan kuat. Tipografi yang digunakan pada media promosi *t-shirt* dramatari *tektekan calonarang* diharapkan mampu menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan. Teks yang ditampilkan pada media *t-shirt* adalah baturi – tabanan. Dapat diartikan bahwa dalam penyajiannya dengan menampilkan dramatari *tektekan calonarang* hanya satu-satunya yang memiliki ciri khas dengan menggunakan gamelan berupa bambu (*kulkul*) oleh

Puri Anyar Kerambitan. Secara keseluruhan warna yang digunakan adalah warna merah, kuning dan hitam. Pemilihan warna tersebut karena warna merah mengandung arti kuat, enerjik, marah, berani, sedangkan warna kuning mengandung arti tenang, gembira, kemewahan, ramah, dan hitam mengandung arti magis. Jadi berdasarkan penjelasan arti warna merah, kuning dan hitam dikaitkan dengan warna dalam desain *t-shirt* mempunyai makna bahwa Puri Anyar Kerambitan sangat enerjik, gembira, kemewahan dan magis. Enerjik dalam hal selalu mengikuti jaman, gembira selalu menerima dengan hati terbuka setiap orang yang datang, dan magis mempunyai arti bahwa tektekan calonarang itu mengandung hal-hal magis.



Gambar 5. Desain Mockup Billboard Tektakan Calonarang  
Sumber: Dok. Pribadi, 2019



Gambar 6. Desain Billboard Tektakan Calonarang  
Sumber: Dok. Pribadi, 2019.

### Deskripsi Karya Billboard

Billboard adalah bentuk promosi iklan luar ruang dengan ukuran besar. Billboard termasuk model iklan luar ruang (*outdoor advertising*) yang paling banyak digunakan untuk promosi. Rancangan billboard akan menampilkan informasi-informasi yang jelas tentang dramatari tektekan calonarang yang ditujukan kepada masyarakat luas. Billboard ini akan ditempatkan di Puri Anyar Kerambitan, dengan tujuan agar masyarakat luas mengetahui produk promosi dalam konteks pariwisata yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan Tabanan dengan menampilkan dramatari tektekan calonarang. Bentuk billboard berupa persegi panjang dengan orientasi portrait dan memiliki ukuran 3 m x 4 m. Dipilihnya ukuran 3 m x 4 m ukuran standar digunakan dalam ukuran billboard. Ilustrasi yang ditampilkan pada desain poster adalah ilustrasi berupa foto yang diolah melalui digital. Pada bagian background terdapat ilustrasi berupa ornamen yang dijadikan sebagai ilustrasi pendukung, lalu sebelah kanan, kiri dan bawah pada desain billboard menampilkan foto barang serta sekala tektekan yang dibuat dengan serangkaian komposisi dengan ukuran yang diatur lebih menarik, agar ilustrasi yang ditampilkan dengan menggunakan foto terlihat lebih jelas. Tipografi yang digunakan adalah jenis

tipografi serif, dengan jenis font “Aurora” dan “Arial” memberikan kesan kokoh dan kuat. Tipografi yang digunakan pada media promosi *billboard* dramatari *tektekan calonarang* diharapkan mampu menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan.



Gambar 7. *Instagram* Tektekan Calonarang

Sumber: Dok. Pribadi, 2019

Teks yang ditampilkan pada bagian pertama adalah pengertian tentang pementasan dramatari tektekan calonarang dan teks kedua merupakan informasi mengenai sejarah tektekan calonarang, yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang dramatari tektekan calonarang. Secara keseluruhan warna yang digunakan adalah warna merah, kuning dan hitam. Pemilihan warna tersebut karena warna merah mengandung arti kuat, enerjik, marah, berani, sedangkan warna kuning mengandung arti tenang, gembira, kemewahan, ramah, dan hitam mengandung arti magis. Jadi berdasarkan penjelasan arti warna merah, kuning dan hitam dikaitkan dengan warna dalam desain *billboard* mempunyai makna bahwa Puri Anyar Kerambitan

sangat enerjik, gembira, kemewahan dan magis. Enerjik dalam hal selalu mengikuti jaman, gembira selalu menerima dengan hati terbuka setiap orang yang datang, dan magis mempunyai arti bahwa tektekan calonarang itu mengandung hal-hal magis.

### Deskripsi Karya *Instagram*

*Instagram* menjadi media penunjang dalam promosi dramatari tektekan calonarang, media sosial bermanfaat dalam penyebaran informasi di era digital dengan pengguna internet dengan device *smartphone* semakin banyak saat ini. Media sosial ini dapat digunakan sebagai sarana promosi terupdate dalam penyebaran informasi promosi dramatari tektekan calonarang. Bidang dari masing-masing post desain promosi dramatari tektekan calonarang dibuat dengan menggunakan ukuran persegi dengan rasio 1:1. Ilustrasi yang ditampilkan pada media sosial *instagram* adalah informasi atraksi-atraksi wisata yang ada pada dramatari tektekan calonarang yaitu antara lain : foto-foto serta desain promosi dramatari tektekan calonarang yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan. Tipografi yang digunakan adalah jenis tipografi serif, dengan jenis font “Aurora” memiliki kesan kokoh dan kuat. Tipografi yang digunakan pada media promosi *instagram* dramatari tektekan calonarang diharapkan mampu menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan. Pada halaman depan desain promosi media sosial, teks yang ditampilkan berisi informasi mengenai atraksi-atraksi wisata, ajakan untuk berkunjung ke Puri Anyar Kerambitan melihat produk yang dimiliki dengan menampilkan dramatari tektekan calonarang. Teks dibuat dengan format bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dengan tujuan dapat menjangkau *target audiens* wisatawan domestik maupun mancanegara menjadikan strategi promosi lebih luas. Warna yang digunakan pada desain promosi media sosial yang dibuat adalah dominan warna putih yang dijadikan sebagai warna pada background.



Gambar 8. Desain *Mockup* Katalog *Tektakan Calonarang*  
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

### 7 Deskripsi Karya Katalog

Katalog adalah suatu daftar terurut yang berisi informasi tertentu dari benda atau barang yang terdaftar. Secara lebih luas pengertian katalog adalah metode penyusunan item (berisi informasi atau keterangan tertentu) dilakukan secara sistematis baik menurut abjad maupun urutan logika yang lain. Bentuk katalog berupa persegi panjang dengan orientasi lanscape dan memiliki ukura A5. Dipilihnya ukuran A5 ukuran standar digunakan dalam katalog. Ilustrasi yang ditampilkan pada desain katalog adalah ilustrasi gambar berupa foto yang diolah melalui digital. Pada bagian *cover* (sampul halaman depan) terdapat ilustrasi berupa foto barong, rangda, dan sekaa, lalu untuk isian halaman tengah pada katalog menggunakan ilustrasi berupa ornamen dan dikombinasikan dengan garis melengkung. Ilustrasi tersebut dibuat dengan serangkaian komposisi dengan ukuran yang diatur lebih menarik, a<sup>27</sup> ilustrasi yang ditampilkan terlihat lebih jelas. Tipografi yang digunakan adalah jenis tipografi sans serif, dengan jenis font “arial” memberikan kesan kokoh dan kuat. Tipografi yang digunakan pada media promosi katalog dramatari *tektekan calonarang* diharapkan mampu menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan. Teks yang ditampilkan pada bagian pertama adalah pengertian tentang dramatari *tektekan calonarang* dan teks kedua merupakan informasi<sup>10</sup> mengenai sejarah *tektekan calonarang*, yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada

masyarakat luas tentang dramatari<sup>6</sup> *tektekan calonarang*. Secara keseluruhan warna yang digunakan adalah warna merah, kuning dan hitam. Pemilihan warna tersebut karena warna merah mengandung arti kuat, enerjik, marah, berani, sedangkan warna kuning mengandung arti tenang, gembira, kemewahan, ramah, dan hitam mengandung arti magis. Jadi berdasarkan penjelasan arti warna merah, kuning dan hitam dikaitkan dengan warna dalam desain katalog mempunyai makna bahwa Puri Anyar Kerambitan sangat enerjik, gembira, kemewahan dan magis. Enerjik dalam hal selalu mengikuti jaman, gembira selalu menerima dengan hati terbuka setiap orang yang datang, dan magis mempunyai arti bahwa *tektekan calonarang* itu mengandung hal-hal magis.



Gambar 9. *Screenshot* Cuplikan *Tektakan Calonarang*  
Sumber: Dok. Pribadi, 2019

### 17 Deskripsi Karya Video Promosi

Video merupakan suatu media yang dapat berupa visualisasi yang dapat dilihat geraknya dan didengar suaranya sehingga tampilannya lebih menarik. Video promosi dramatari *tektekan calonarang* menampilkan konten mengenai daya tarik atraksi-atraksi dramatari *tektekan calonarang*, guna menarik target audiens untu datang ke Puri Anyar Kerambitan. Pada perancangan video promosi dramatari *tektekan calonarang* diedit dengan software editing video dikomputer, dengan ukuran video *landscape*. Pada perancangan video promosi *tektekan calonarang*, diedit dengan software editing video dikomputer, dengan ukuran video *landscape*. Ranah tempat promosi video

promosi ini adalah offline. Ilustrasi yang tampil pada video promosi ini adalah pada bagian intro terdapat ilustrasi angka berputar dan dilanjutkan dengan *slide-slide show* cuplikan video yang dirangkai dengan menarik. Potongan-potongan video ini berupa atraksi-atraksi wisata dengan menampilkan produk yang dimiliki Puri Anyar Kerambitan tentang dramatari *tektekan calonarang*. Tipografi yang digunakan adalah jenis tipografi serif, dengan jenis font "Aurora" memiliki kesan kokoh dan kuat. Tipografi yang digunakan pada media promosi video promosi dramatari *tektekan calonarang* diharapkan mampu menjadi ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan. Teks yang ditampilkan pada bagian pertama adalah pengertian tentang dramatari *tektekan calonarang* dan teks kedua merupakan informasi mengenai sejarah *tektekan calonarang*, yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang dramatari *tektekan calonarang*. Secara keseluruhan warna yang digunakan adalah warna merah, kuning dan hitam. Pemilihan warna tersebut karena warna merah mengandung arti kuat, enerjik, marah, berani, sedangkan warna kuning mengandung arti tenang, gembira, kemewahan, ramah, dan hitam mengandung arti magis. Jadi berdasarkan penjelasan arti warna merah, kuning dan hitam dikaitkan dengan warna dalam desain video promosi mempunyai makna bahwa Puri Anyar Kerambitan sangat enerjik, gembira, kemewahan dan magis. Enerjik dalam hal selalu mengikuti jaman, gembira selalu menerima dengan hati terbuka setiap orang yang datang, dan magis mempunyai arti bahwa *tektekan calonarang* itu mengandung hal-hal magis.

## SIMPULAN

Perancangan Media promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* di Puri Anyar Desa Baturiti Kerambitan Tabanan di rancang dengan konsep "Tradisional Atraktif". Media komunikasi visual yang bisa dimanfaatkan sebagai solusi mengatasi masalah yang dihadapi Puri Anyar Desa Baturiti Kerambitan Tabanan adalah media komunikasi visual yang bersifat informatif, komunikatif dan estetis. Peranan Desain Komunikasi Visual dalam

kasus adalah untuk promosi pementasan dramatari *tektekan calonarang* di Puri Anyar Desa Baturiti Kerambitan Tabanan kepada masyarakat luas baik lokal, nasional maupun internasional.

Proses penciptaan Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* Proses kreatif pada penciptaan karya Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* Di Puri Anyar Kerambitan Tabanan melalui media komunikasi visual dimulai dari menggali permasalahan yang ada di lapangan, permasalahan utama yaitu perlu dirancangnya media promosi yang baik. Tahap-Tahap Penciptaan adalah beberapa tahap penciptaan yang dilakukan oleh pencipta. Tahap penciptaan Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* Di Puri Anyar Kerambitan Tabanan dilakukan dengan tiga tahap yaitu eksplorasi (pra-produksi), improvisasi (produksi), pembentukan (pasca-produksi).

Bentuk Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Dramatari *Tektekan Calonarang* Proses penciptaan Desain Rancangan karya yang digunakan untuk promosi dramatari *tektekan calonarang* adalah *website*, poster, *billboard*, *t-shirt*, katalog, *instagram* dan video promosi. *Website* yang dirancang adalah *website* yang berisikan tentang dramatari *tektekan calonarang* secara lengkap seperti sejarah, aktifitas kegiatan budaya, video pertunjukan dan foto. Poster yang dirancang ini dibuat dengan ukuran A3 yang ditempatkan di Kerambitan Tabanan dan bisa menjadi media promosi di media sosial. *T-Shirt* rancangan t-shirt menampilkan ilustrasi berupa foto barong, rangda dan *tektekan* yang dikemas dari unsur-unsur tradisi. *T-shirt* tersebut akan dipergunakan kepada *sekaa tektekan* pada saat pementasan, agar *sekaa tektekan* memiliki ciri khas tersendiri untuk promosi dramatari *tektekan calonarang*. *Instagram* dirancangan berupa foto dan video yang dibuat secara estetis dan sangat menarik perhatian tentang dramatari *tektekan calonarang*. Katalog yang dirancang dramatari *tektekan calonarang* dicetak dengan ukuran A5 yang didalamnya terdapat informasi tentang biodata diri, penjelasan karya dan foto-foto karya. *Billboard* dirancangan billboard menampilkan informasi-informasi yang jelas tentang dramatari *tektekan calonarang* yang

ditujukan kepada masyarakat luas. Billboard ini akan ditempatkan di Puri Anyar Kerambitan, dengan tujuan agar masyarakat luas mengetahui produk promosi dalam konteks pariwisata yang dimiliki oleh Puri Anyar Kerambitan Tabanan dengan menampilkan pementasan dramatari *tektekan calonarang*. Video Promosi dramatari *tektekan calonarang* menampilkan konten mengenai daya tarik atraksi-atraksi dramatari *tektekan calonarang*, guna menarik *target audiens* untuk datang ke Puri Anyar Kerambitan. Pada perancangan video promosi dramatari *tektekan calonarang* diedit dengan software editing video dikomputer, dengan ukuran video *landscape*.

## DAFTAR RUJUKAN

- 12 Ananda, Maya. *Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan*. Jakarta : Mutiara, 1978.
- 24 Ambrose, G., & Haris, P.. *Basic Design Layout (2<sup>nd</sup> ed)*. London : AVA Publishing SA. 2011.
- 26 Asep Herman Suyanto. *Step by Step Web Design Theory and Practice* 19 Yogyakarta: Andi Offset. 2007.
- Binanto, Iwan. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010
- 23 Budiman, Kris. *Semiotika Visual; Konsep, Isu dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- 20 Djelantik, A.A.M. 1990. “Pengantar Dasar Ilmu Estetika” Jilid I Estetik Instrumental, Denpasar : STSI Denpasar.
- 1 Hasil-Hasil Seminar 1971. *Seni Sakral dan Profan Bidang Tari*. 24--25 Maret 1971. Denpasar: Proyek Pemeliharaan & Pengembangan Kebudayaan Daerah Bali.
- 4 Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta ; C.V. Andi Offset, 2007.
- 29 Margono, S. *Metodologi Penelitian Komponen MKDK*. Jakarta: PT. Rineka, 1997

4 Pujiriyanto. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta ; C.V Andi Offset, 2005.

5 Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

Sanyoto, Ebd. *Dasar-dasar tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta. Java Pustaka, 2005

22 Sarwono, J & Lubis, H. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007

1 Sarpa, I Gusti Made. *Tektekan Di Kerambitan*, Denpasar : Proyek Sasana Budaya .....Bali, 1976/1977

14 Shimp, Terence. *PERiklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I Edisi 5*, Jakarta: Erlangga, 2003

9 Surianto, Rustan. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009

## Jurnal

1 Ruastiti, Ni Made. *Seni Pertunjukan Pariwisata Bali Kemasan Baru Dalam Perspektif Kajian Budaya*.(Disertasi).Denpasar : Program Pascasarjana Universitas Udayana, 2008

1 Sariada, I Ketut. *Komodifikasi Tektekan Calonarang Di Desa Baturiti Kerambitan Tabanan*.(Disertasi).Denpasar : Program Pascasarjana Universitas Udayana, 2016.

13 Udayana, A. A. Marginalisasi Ideologi Tri Hita Karana Pada Media Promosi Pariwisata Budaya Di Bali. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 32(1).<http://doi.org/10.31091/mudra.v32i1.4>, 2017.

1 Sudana, I Wayan. 1996. “Dramatari Calonarang Sebuah Seni Pertunjukan Ritual Magis di Desa Batubulan Bali”, (Tesis). Yogyakarta: Program Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta.

Sulastriani, Ni Wayan. 2001. "Tari Tektakan di Desa Kukuh, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan", (Tesis). Denpasar: Program Magister Ilmu Agama dan Kebudayaan Program Pascasarjana, Universitas Hindu Indonesia Denpasar.

# MEDIA PROMOSI DRAMATARI TEKTEKAN CALONARANG DI PURI ANYAR KERAMBITAN TABANAN

## ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[iketutsariada.blogspot.com](http://iketutsariada.blogspot.com)

Internet Source

5%

2

[ardilycans7.blogspot.com](http://ardilycans7.blogspot.com)

Internet Source

5%

3

[es.scribd.com](http://es.scribd.com)

Internet Source

3%

4

[download.isi-dps.ac.id](http://download.isi-dps.ac.id)

Internet Source

2%

5

[eprints.uny.ac.id](http://eprints.uny.ac.id)

Internet Source

1%

6

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

1%

7

[rizal-desu-vokasi16.web.unair.ac.id](http://rizal-desu-vokasi16.web.unair.ac.id)

Internet Source

1%

8

[www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id](http://www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id)

Internet Source

1%

9

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

	Internet Source	1%
10	<a href="#">mafiadoc.com</a> Internet Source	1%
11	<a href="#">docplayer.info</a> Internet Source	1%
12	<a href="#">www.std-bali.ac.id</a> Internet Source	1%
13	<a href="#">jurnal.isi-dps.ac.id</a> Internet Source	1%
14	<a href="#">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1%
15	<a href="#">www.indotrading.com</a> Internet Source	<1%
16	<a href="#">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1%
17	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<1%
18	Submitted to Institut Seni Indonesia Denpasar Student Paper	<1%
19	<a href="#">seminar.bsi.ac.id</a> Internet Source	<1%
20	<a href="#">id.123dok.com</a> Internet Source	<1%

---

21 skripsisetanbercanda.blogspot.com <1 %  
Internet Source

---

22 publication.petra.ac.id <1 %  
Internet Source

---

23 issuu.com <1 %  
Internet Source

---

24 Submitted to Academic Library Consortium <1 %  
Student Paper

---

25 Submitted to Universitas Brawijaya <1 %  
Student Paper

---

26 digilib.iainlangsa.ac.id <1 %  
Internet Source

---

27 de.scribd.com <1 %  
Internet Source

---

28 pt.scribd.com <1 %  
Internet Source

---

29 Submitted to Universitas Negeri Jakarta <1 %  
Student Paper

---

30 Submitted to Binus University International <1 %  
Student Paper

---

31 Submitted to Universitas International Batam <1 %  
Student Paper

---

---

Exclude quotes      Off

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      Off